NICOLETA NEŞU

SPECIFICUL STRATEGIEI ARGUMENTATIVE ÎN DISCURSUL POLITIC

Dacă în primii ani ai deceniului nouă, studiul limbajului politic încă nu depăşea stadiul incipient, căci şi abordarea comunicării de tip politic era încă la început, astăzi se poate afirma, cu siguranță, că o dezvoltare şi o împlinire în această direcție necesită o abordare interdisciplinară, în care lingvistica să conlucreze strâns cu retorica, ştiința comunicării şi, bineînțeles, cu politologia. Studiile efectuate în această din urmă ramură scot tot mai mult în evidență faptul că ceea ce face ca politica să fie deosebită de alte metode de alocare a valorilor este folosirea limbajului pentru a „sanctifica acțiunea" (Edelman 1999, p. 111). Cu alte cuvinte, prin limbaj, un grup poate să câştige chiar acordul deplin, de durată, al acelora al căror sprijin îi este necesar. Mai mult, sunt de părere cercetătorii în domeniu, dialogul şi răspunsul la dialog este cel ce dă măsura puterii politice şi, nicidecum, exacerbarea forței. Este limpede faptul că realitatea lingvistică, grefată pe cea politică, scoate în evidență rolul de cadru al limbajului, de teren de manifestare, în timp ce finalitățile pur politice sunt cele în baza cărora se operează atât selecția terminologică, cât şi cea a strategiilor discursive. Toate acestea ne conduc la afirmația pertinentă, credem noi, că *limbajul*, *strategia discursivă* şi *strategia politică* sunt interdependente, ele servind în primul rând persuadării şi, mai puțin, transmiterii de informație. Ele sunt cele care oferă „terenul de joc al manipulării politice" (Cuilenburg, Scholten, Noomen 1998).

Ca urmare, politica a fost considerată, de multe ori, ca o piesă de teatru, jucată simultan *de către* şi *în fața* spectatorilor, în decoruri sociale diferite (Edelman 1999, p. 125). „Actorul" principal – omul politic – încearcă, prin intermediul discursului său, să creeze şi/sau să inducă „spectatorului politic" opinii şi atitudini care să favorizeze realizarea țelurilor politice proprii; de aceea, mijloacele verbale alese trebuie să opereze, în primul rând, în planul emoțional (vezi componenta seductivă a discursului argumentativ) şi au un dublu rol: să reorienteze percepțiile, eventual negative, şi să simplifice, până la inteligibilitate, imaginea realității expuse, creând impresia de posibilă accedere la ea din partea auditoriului. Putem spune, deci, ca o „maximă" a reuşitei discursului politic, că limbajul folosit de acesta trebuie să nu fie perceput ca politic pentru a fi deplin eficient.

Comunicarea politică a fost surprinsă în definiții foarte variate: a fost văzută ca un *câmp* de intersecție a diferitelor modalități de persuadare, ca un *spațiu* de relaționare a discursurilor contradictorii, ca un *sistem* complex de comunicare a

DACOROMANIA, serie nouă, VII – VIII, 2002 – 2003, Cluj-Napoca, p. 231-238

informaţiei de tip politic etc. (pentru detalii, vezi Beciu 2000, p. 27). Unul dintre elementele comune acestor definiţii este „intenţionalitatea”, comunicarea politică fiind înţeleasă ca o „acţiune teleologică” – o acţiune orientată şi programată pentru anumite scopuri politice bine conturate. În definirea ei se porneşte, de cele mai multe ori, de la variabile precum intenţionalitate, modalitate, eveniment, fiind vorba despre o acţiune strategică, bazată pe aceste variabile. Un alt element comun îl reprezintă „eterogenitatea” condiţiilor care stau la baza generării acestui tip de comunicare. Trebuie însă recunoscut faptul că nici „intenţionalitatea” şi nici „eterogenitatea” nu dau seama de „specificitatea” comunicării de tip politic, ele stând la baza oricărui tip de act comunicativ.

Specificul, particularitatea comunicării politice ar putea fi însă oferită de faptul că ea presupune, ca orice act (deci şi de comunicare), o interacţiune, doar că, aici, această interacţiune este *instituţionalizată*, în sensul că participanţii la acţiune au, în interiorul ei, o identitate reprezentativă, un rol social determinat. De aceea, participanţii la comunicarea politică (actori politici, public, electorat etc.) au fost numiţi şi „genuri instituţionale” cu resurse, motivaţii şi scopuri diferite şi care nu interacţionează la întâmplare, ci pe baza unor „coduri”, în interiorul unor cadre devenite spaţii ritualice.

Discursul politic constituie principala modalitate prin care „actorul” politic declanşează seria evenimenţială ce alcătuieşte comunicarea politică. Ca „discurs”, el se supune normelor lingvistice; prin determinarea „politic”, părăsim spaţiul lingvistic şi intrăm în cel extralingvistic. Din această perspectivă, redăm, în cele ce urmează, trăsăturile ce marchează conversiunea discurs – discurs politic (după Beciu 2000, p. 42-43):

1) Un discurs este politic dacă evaluează situaţii de interes public; din acest punct de vedere, specificitatea sa ar consta în *convenţionalitatea* pe care o presupune şi care nu este altceva decât o materializare în şi prin discurs a caracterului instituţional al interacţiunii specific politice. Ca urmare, orice discurs politic funcţionează pe baza unei argumentaţii convenţionale sau instituţionalizate care, la un prim nivel, argumentează rolul jucat de instituţia pe care o reprezintă şi, apoi, la nivel secund, justifică imaginea celui care reprezintă instituţia respectivă;

2) Un discurs este politic atunci când se autoevaluează ca „adevărat” şi „corect”; din acest punct de vedere, specificul discursului de acest gen constă în faptul că, mai mult decât oricare alt tip discursiv, el îşi propune să ofere versiunea „adevărată”, „corectă”, singura posibilă a unor fapte, precum şi implicarea maximă a opiniilor auctoriale în ceea ce priveşte veridicitatea celor enunţate. Înainte de valoarea informaţională a conţinutului propriu-zis, discursul politic se vrea caracterizat prin valoarea de adevăr;

3) În strânsă legătură cu această valoare de adevăr, în discursul politic trebuie să funcţioneze şi nişte „strategii de credibilitate”, activate de actorul politic pe parcursul construcţiei discursive. Acestea sunt menite să comunice „adevărul”, pe de o parte, şi, pe de altă parte, să facă din politician persoana ce poate fi percepută

ca singura capabilă de a comunica aceste adevăruri, în general, independent de situaţia discursivă propriu-zisă, să devină „garantul” acestor valori;

4) Nu în ultimul rând, discursul politic, mai mult decât alte tipuri, are ca procedeu global specific *argumentarea* şi ca finalitate definitorie *persuasiunea*, îndreptată spre obţinerea adeziunii – raţionale şi/sau subiective – a interlocutorului vizat, prin modificarea credinţelor şi convingerilor sale, în speţă a celor ce formează sfera politicului, în consonanţă cu cele ale producătorului de text.

Încadrat în sfera mai largă a textelor cu finalităţi practice (în sens aristotelian), textul politic prezintă o serie de specificităţi, pe de o parte, în cadrul acestei clase, faţă de alte texte de acelaşi gen (de exemplu, textele publicitare), iar, pe de altă parte, faţă de textele încadrate în categorii cu finalităţi apofantice sau poetice (în acelaşi sens aristotelian).

Pornind de la afirmaţia lui Perelman 1970, după care discursul persuasiv se adaptează auditoriului ce trebuie convins, dat fiind că el se dezvoltă de la ceea ce auditoriul permite şi considerând discursul politic ca persuasiv prin excelenţă, vizând să provoace adeziunea destinatarului (*faire croire*) şi, mai ales, o acţiune din partea acestuia (*faire faire*), putem afirma că discursul politic implică două tipuri de relaţii epistemice intersubiective:

1) Relaţia persuasivă S1 – S2 (sau insider – outsider ca un cuplu devenit „arhetipal” pentru orice fel de relaţie de dominare cognitivă),

2) Relaţia S2 – S1 (care presupune la S1 o „autoritate”, iar la S2 încredere în S1).

Trebuie menţionat însă că, spre deosebire de alte tipuri discursive în care apar aceste relaţii (cel ştiinţific, didactic etc.), funcţia şi funcţionarea lor poate şi este, de cele mai multe ori, diferită în cazul discursului politic. În ceea ce priveşte prima relaţie, se impune precizarea că S1 nu este un simplu „participant” la acţiune, ci este un „rol social” dublat de o „instituţie” pe care o reprezintă (aici devine pregnant şi argumentul „autorităţii”); în ceea ce priveşte a doua relaţie, cea fiduciară, se preia acest rol al autorităţii la S1, dar factorul „încrederii” în S1 din partea lui S2, deşi extrem de important pentru reuşita discursului politic, poate avea în aceeaşi proporţie şi o componentă negativă, de „neîncredere”, de „sancţionare” a lui S1, ceea ce subminează însuşi substratul acestui tip de relaţie în textul politic. Pornind de la relaţiile epistemice de acest gen şi tipul de argumentare prezentă în discursul politic, precum şi luând în considerare speciile de strategii discursive şi genul de cadre instituţionalizate, se pot deosebi, în interiorul „tipului” de discurs politic, mai multe subtipuri sau subcategorii, de genul „discurs electoral”, „discurs parlamentar”, discurs politic de tip „didactic” etc., asupra cărora însă vom insista în cercetări viitoare. Cert este însă faptul că, dincolo de orice delimitări ulterioare, în încercările de stabilire a unor tipologii textuale, discursul politic ca „tip de discurs” îşi găseşte justificarea în termeni de categorii extralingvistice, pragmatice, care influenţează puternic structura şi organizarea materialului lingvistic şi-i conferă specificitate. În cadrul acestei specificităţi a discursului politic, argumentarea joacă unul dintre rolurile cheie. Se vorbeşte despre argumentare la două niveluri: pe de o parte, *ca trăsătură inerentă oricărui tip discursiv* – aici, argumentarea este

considerată ca un criteriu esenţial al coerenţei textual-discursive; iar, pe de altă parte, ca *tip special de discurs* – aici tipul discursiv argumentativ este opus celui narativ, descriptiv, explicativ sau informativ. În ceea ce priveşte textul politic, credem că această „dublă funcţionare” a argumentării nu este justificată sau, altfel spus, disocierile nu se pot face foarte tranşant. Delimitând discursul politic pe baze extralingvistice şi recunoscându-i caracterul prin excelenţă persuasiv, în interiorul său, argumentarea nu mai poate fi privită ca o simplă trăsătură şi nici discursul politic nu poate fi doar subscris tipului discursiv argumentativ. De aceea, pornind de la definirea argumentării ca un ansamblu de tehnici discursive menite să provoace sau să sporească adeziunea auditoriului la tezele prezentate (Perelman 1970, p. 13), ni se pare mult mai fertilă considerarea argumentării ca *o strategie/un procedeu* de bază al structurării discursului politic, care-i orientează global finalitatea şi care, ca orice strategie, presupune un set de „reguli” ce guvernează întregul „comportament” al „jucătorilor de jocuri politice”. Scopul, regulile, planul şi opţiunile strategice utilizate în strategia argumentativă de tip politic marchează notele specifice acestui tip de text, dând seama de alternanţa argumentelor, tipul şi eficienţa lor, sintagmatica discursivă (analogică sau disociativă) etc. Parafrazându-l pe Foucault, care spunea că discursul este tensiune în raport cu celălalt, putem spune că discursul politic, centrat în jurul strategiei argumentative, este, *prin excelenţă,* „tensiune” în raport cu un auditor ce trebuie convins şi determinat să acţioneze într-un anumit mod. Mai mult, în discursul politic asistăm la o îmbinare extrem de eficientă a finalităţilor diferite ale strategiei argumentative, finalităţi ce parcurg un traseu gradual, în trei etape: *faire savoir* + *faire croire* + *faire faire*. Această triadă secvenţială este o caracteristică proprie doar argumentării, ca strategie discursivă specifică textului politic (în alte tipuri discursive predominând o finalitate sau alta). În acest tip de text, argumentarea ţine de strategie, de organizarea finalistă a discursului în context, ea fiind o modalitate, un procedeu de bază specific construcţiei de sens. În consecinţă, ea prezintă o serie de trăsături proprii funcţionării sale în tipul de text supus analizei, trăsături determinate, mai ales, de specificul acestui tip de text şi al orientării lui finale. Caracteristica principală a limbajului utilizat de politicieni este, aşa cum am arătat şi în alte studii, insinuarea, „ascunderea gândirii”, „falsificarea intenţionată a lucrurilor”, „nerespectarea adevărului”, toate puse în slujba eficacităţii sale persuasive (vezi Coşeriu 1996, p. 15). Din această perspectivă, C. Sălăvăstru distinge între „libertăţiile de care beneficiază discursul politic” şi „limitele pe care nu le poate depăşi în raport cu alte forme ale discursivităţii” (Sălăvăstru 1999, p. 105). Din prima categorie fac parte:

a) *Amplitudinea angajamentului problematic*, „libertate” ce constă în vastitatea ariei problematice pe care un text politic o poate cuprinde (probleme aparţinând economicului, politicului, socialului, culturalului etc.), discursul politic beneficiind de o „libertate maximală” în această sferă, ceea ce-i asigură şi o „deschidere considerabilă în raport cu auditoriul posibil” (Sălăvăstru 1999, p. 105). Putem spune că această primă „libertate” ţine şi ea de specificul schemei

argumentative a unui text politic, subsumându-se strategiei argumentative de tip politic, ea fiind prezentă indiferent de subtipurile discursului politic – doctrinar, electoral, propagandistic, de publicitate politică etc. Ținta finală a acestei „libertăți” o constituie satisfacerea multitudinii de interese ale auditoriului căruia i se adresează discursul respectiv, făcând dovada, totodată, şi a calităților oratorice şi a plurivalenței producătorului de text;

b) *Deschiderea procedurală a discursului politic,* libertate ce se concretizează tocmai în „posibilitatea valorificării unor proceduri şi mecanisme dintre cele mai diferite” (Sălăvăstru 1999, p. 115) şi care nu sunt îngăduite nici unui alt tip discursiv. Trebuie menționat de la început faptul că şi această a doua libertate se înscrie, fără nici un dubiu, tot în ansamblul strategiei argumentative proprii discursului politic. Deschiderea procedurală poate fi depistată la mai multe niveluri de construcție a textului politic:

– ca „amestec” de tipuri de secvențe discursive (narativ cu descriptiv, cu explicativ);

– ca „amestec” de procedee discursive utilizate (slogan, mit, metaforă);

– ca „amestec” de procedee raționale şi logice de construcție (deductiv, inductiv);

– ca „amestec” de canale de transmitere a informației (discurs oral, scris, publicitar, televizat etc.) (pentru detaliere, vezi Sălăvăstru 1999, p. 115-132). Fiecare dintre aceste niveluri este subsumat scopului ultim – cel de persuadare a auditoriului şi de atragere a acestuia de partea producătorului de text, prin aderarea la ideile pe care acesta le dezvoltă în discurs. Partea negativă a acestei „libertăți” constă în faptul că ea oferă cadrul de desfăşurare – tocmai prin faptul că permite această combinare maximală de tehnici şi procedee – al manipulării politice, prin dezinformare (ascundere, discreditare, falsificare intenționată a faptelor, zvonuri, eludare etc.) sau prin „puterea cuvintelor” ca atare (pentru detalii în acest sens, vezi Slama-Cazacu 2000, p. 51-53).

Tot în cadrul acestei deschideri procedurale se poate vorbi şi despre aspectul profund polemic al discursului politic, care, prin permanenta raportare, implicită sau explicită, la un „alt” discurs, reclamă acest „amestec” de tipuri de secvențe discursive, de tipuri de argumente, de probe, în sprijinul susținerii unei teze şi al respingerii alteia.

Tipurile predominante de argumente şi utilizarea lor în discursul politic constituie un alt aspect al specificității strategiei de argumentare proprie textului politic. După Sălăvăstru (1999, p. 225-257), cele mai frecvente tipuri de argumente în discursul politic ar fi următoarele:

1. *Argumente bazate pe fapte* – cu precizarea că faptele trebuie adaptate în funcție de tipul auditoriului, că ele trebuie să se afle într-o înlănțuire logică, că trebuie să fie relevante pentru auditoriu şi că ele trebuie să lase impresia de maximă autenticitate;

2. *Argumente bazate pe exemple*, aflate în strânsă legătură cu cele constituite pe fapte. Această „putere” a exemplului este pe cât de convingătoare, pe atât de mobilizatoare şi reprezintă unul dintre tipurile de argumente „forte” în discursul politic;

3. *Argumente bazate pe autoritate* – recursul la argumentul autorităţii este unul dintre procedeele predilecte în textele practice şi nu numai (el poate să apară chiar în textele ştiinţifice). Componenta „psihologică" este mai puternică în acest tip de argumentare, cu atât mai mult cu cât argumentul autorităţii, spre deosebire de cel factual sau al exemplului, ne scoate din sfera concretului palpabil şi ne întoarce, subtil, în cea a abstractului, spre care tindem cu toţii. Prezenţa sa în textul politic, spre deosebire de alte tipuri textuale ce-l utilizează, are nişte trăsături distinctive – este vorba, în primul rând, de apelul la o serie de personalităţi politice ce reprezintă o lume ideală, caracterizată prin perfecţiune şi măreţie chiar, mult diferită de cea reală (exemplul autorităţii unui Napoleon sau Cezar sau Churchill etc.); în al doilea rând, apelul la astfel de argumente este mult mai frecvent în textele politice decât în alte tipuri de texte, şi pentru că o anumită stare de fapt din sfera politicului reclamă comparaţia cu alte stări de fapt din alte timpuri istorice şi alte zone geografice. Or, „discursul politic românesc recurge adesea la argumente ale autorităţii bazate pe situaţii, relaţii, consecinţe dintr-o altă realitate politică, din alte tipuri de discurs politic" (Sălăvăstru 1999, p. 242);

4. *Argumentele bazate pe analogie* sunt „argumente mediate, de ordinul al doilea, ca mecanism de influenţare a opiniilor, de convingere a auditoriului. Ele pot fi considerate drept «argumente de relaţie», deoarece influenţa asupra receptorului este determinată – în cazul lor – de relaţia de analogie ce se stabileşte între două fapte, două situaţii, două exemple sau două autorităţi" (Sălăvăstru 1999, p. 250).

c) *Raţionalitatea manipulării prin discursul politic,* libertate ce se găseşte, credem noi, ca derivată a celorlalte două, o consecinţă, de cele mai multe ori negativă, a lor. Prin ea se închide cercul „libertăţilor" proprii doar discursului politic, ajungând din nou în punctul de plecare al acestei dezbateri, şi anume caracteristica principală a discursului politic – ascunderea, insinuarea, falsificarea gândirii etc. Această a treia „libertate" nu înseamnă altceva decât punerea în practică şi rezultatele la care se ajunge prin „probarea" acestor trăsături specifice textului politic.

Pe de altă parte, este vorba însă şi de nişte „constrângeri" aplicate discursului politic, care îşi pun şi ele amprenta pe specificitatea strategiei argumentative proprii acestui tip de text. Cea mai importantă dintre acestea ni se pare a fi cea care limitează ideatic discursul politic în funcţie de apartenenţa lui la o doctrină ideologică sau alta. Cum această doctrină acoperă o serie de aspecte – politice, economice, sociale, culturale etc. –, aceasta se constituie în nişte cadre în limitele cărora discursul politic funcţionează. Trebuie menţionat însă faptul că există şi un anumit grad de libertate în interiorul constrângerii doctrinare, libertate ce se naşte din relaţia discursului cu auditoriul; oricărei doctrine ideologice i-ar aparţine, un discurs politic care îşi îndeplineşte scopul trebuie să ţină cont, în primul rând, de aşteptările şi de reacţiile publicului căruia i se adresează (un caz tipic de încălcare a constrângerilor doctrinare şi de asumare maximală a libertăţii interioare a acestor constrângeri îl constituie discursul „disidenţei"). Ca urmare, se poate spune că publicul căruia discursul politic i se adresează exercită un tip de constrângeri

asupra acestuia. Aceste constrângeri aparţin sferei interesului practic, în care „descrierea realităţii este un mijloc pentru adevăratul scop al intervenţiei discursive: acţiunea de legitimare" (Sălăvăstru 1999, p. 168). În această acţiune, se parcurg mai multe etape: se prezintă faptele, apoi ele sunt „valorizate" în funcţie de interesele ce stau la baza discursului; din acest punct de vedere, se poate vorbi despre o valorizare pozitivă – dacă faptele aparţin grupului producător de discurs – sau despre o valorizare negativă – dacă faptele aparţin grupului cu care se intră în competiţie. În acest proces al valorizării, mecanismele discursive constau, pe de o parte, în selecţia faptelor şi, pe de altă parte, în ordinea prezentării lor (este vorba despre o ordine argumentativă, în sensul că se prezintă mai întâi faptele ce susţin interesele grupului auditor, cu valorizare pozitivă). În sfârşit, urmează o a doua valorizare a faptelor prezentate în discurs, valorizare ce vine din partea auditoriului. Ea este responsabilă, în cele din urmă, de acţiunile şi reacţiile acestuia, cele care, practic, sunt vizate de orice propunător de discurs politic (pentru detalii, vezi Sălăvăstru 1999, p. 146-170).

Un alt factor important din această perspectivă îl constituie poziţia grupului de putere care stă în spatele unui discurs politic, în sensul că tonalitatea strategiei argumentative utilizate variază şi în funcţie de faptul dacă discursul este un produs al puterii conducătoare sau, dimpotrivă, al opoziţiei. De remarcat însă că, în orice astfel de categorie s-ar încadra, el nu-şi pierde caracterul polemic.

Putem afirma deci, cu deplină încredere, că specificul argumentării în textul politic este în strânsă dependenţă cu specificitatea discursului politic ca tip de discurs. Dintre numeroasele încercări de tipologizare oferite de literatura de specialitate, asupra cărora, din motive obiective, nu vom insista aici, cea pe care ne-o oferă semioticianul Ch. Morris (1946), în ceea ce priveşte discursul politic, ni se pare cea mai potrivită şi, totodată, cea mai fertilă pentru ulterioare interpretări. Combinând criteriul dimensiunilor semnificaţiei (*modes of signifing*) cu cel al utilizării lor (*use of sign complexes*), Morris distinge între *semne descriptive/designative* (cele care adună informaţii şi descriu o stare de fapt), *semne prescriptive* (care indică modul de raportare faţă de obiectul denotat) şi *semne apreciative* (cele care semnifică despre valoarea obiectelor, ierarhizându-le totodată), iar în utilizarea semnelor (= perspectiva pragmatică asupra lor) distinge între utilizarea *informativă, injonctivă evaluativă* şi *sistemică* (Morris 1946, p. 125; vezi şi Rovenţa-Frumuşani 1999, p. 26-29 sau Sălăvăstru 1999, p. 92-96). Din combinarea celor două axe rezultă principalele tipuri discursive, cu menţiunea specificată de Morris însuşi, că nu poate fi vorba, nicidecum, despre unicitatea unui mod, ci doar de predominarea unui aspect (Morris 1946, p. 138):

Utilizare / Mod	Informativă	Evaluativă	Injonctivă	Sistemică
Designativ	Ştiinţific	Fictiv	Juridic	Cosmologic
Apreciativ	Etic	Poetic	Etic	Critic
Prescriptiv	Tehnologic	**Politic**	Religios	**Propagandistic**

Într-o astfel de tipologie, trăsăturile distinctive ale discursului politic sunt date de situarea lui la confluenţa dintre *modalitatea de semnificare prescriptivă* şi *modalitatea de utilizare evaluativă*. Acest lucru îşi pune amprenta şi asupra strategiei argumentative, care trebuie să determine discursul politic (eficient, bineînţeles) să treacă de la *faire savoir* direct la *faire faire*. Spre deosebire de alte tipuri discursive ce vizează acţiunea din partea auditoriului receptor, discursul politic „urmăreşte cu toată puterea să determine acţiunea favorabilă puterii pe care o reprezintă şi pune în mişcare toate mijloacele de care dispune (uneori chiar neortodoxe) pentru a-şi atinge scopul. Eşecul în acţiune este eşecul în discurs. Poate că nicăieri nu este atât de strânsă legătura dintre practica discursivă şi rezultatele ei decât în perimetrul discursului politic" (Sălăvăstru 1999, p. 93). Toate strategiile şi procedurile argumentative sunt marcate de această finalitate discursivă, iar specificitatea lor în cazul tipului discursiv discutat aici este dată chiar de tonalitatea lor dominantă, de forţa lor persuasivă. Discursul politic vizează întotdeauna auditoriul, mai precis, *acţiunea* sa. În numele realizării acestui scop, se construieşte întregul edificiu discursiv, în jurul strategiei argumentative.

BIBLIOGRAFIE

Beciu 2000 = C. Beciu, *Politica discursivă*, Iaşi.

Coşeriu 1996 = E. Coşeriu, *Limbaj şi politică*, în „Revistă de lingvistică şi ştiinţă literară", Chişinău, nr. 6, p. 10-28.

Cuilenburg, Scholten, Noomen 1998 = J. J. van Cuilenburg, O. Scholten, G. W. Noomen, *Ştiinţa comunicării*, Bucureşti.

Edelman 1999 = M. Edelman, *Politica şi utilizarea simbolurilor*, Iaşi.

Morris 1946 = Ch. Morris, *Signs, Language and Behaviour*, Prentice Hall.

Perelman 1970 = Ch. Perelman, *Le champ de l'argumentation*, Bruxelles.

Rovenţa-Frumuşani 1995 = Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Semiotica discursului ştiinţific*, Bucureşti.

Sălăvăstru 1999 = Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii*, Iaşi.

Slama-Cazacu 2000 = Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicaţionale şi manipularea,* Iaşi.

Thoveron 1996 = G. Thoveron, *Comunicarea politică azi*.

Universitatea „Babeş-Bolyai"
Facultatea de Litere
Cluj-Napoca, str. Horea, 31